

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ
ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело*

Исполнитель:
Минаева Екатерина
Анатольевна,
студентка группы БД-52г

«__» _____ 201__ г.

Допущена к защите
зав.кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И.Фишелева
«__» _____ 201__ г.

Научный руководитель:
Е.Г.Радыгина,
канд. пед. наук, доцент

«__» _____ 201__ г.

Екатеринбург 2017 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОКАЗАНИЯ	
ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ.....	6
1.1. Основные и дополнительные гостиничные услуги.....	6
1.2. Технология предоставления гостиничных услуг.....	15
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОКАЗАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ОТЕЛЕ	
«СЕНАТОР».....	23
2.1. Характеристика гостиничных услуг отеля «Сенатор»....	23
2.2. Разработка предложений по оказанию дополнительных услуг в отеле.....	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	25
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	28
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Организационная структура отеля «Сенатор».....	33
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Графики и иллюстрации.....	69

ВВЕДЕНИЕ

Гостеприимство – это одно из понятий цивилизации, которое благодаря прогрессу и времени превратилось в мощную индустрию, в которой работают миллионы профессионалов, создавая все лучшее для потребителей услуг (туристов). Индустрия гостеприимства включает в себя различные сферы деятельности людей – туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных конференций.

Оценка качества организации услуг в настоящее время считается одним из самых важных элементов управления качеством обслуживания. Благодаря оценке можно не только контролировать качество услуг, но и предоставлять базу для анализа управления и принятия важных управленческих решений. Кроме того, такая оценка позволяет наладить обратную связь, которая в свою очередь будет содействовать развитию системы организации гостиничных услуг.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что от грамотности организации дополнительных услуг зависит стабильность доходов гостиницы. Дополнительные услуги составляют третью часть по доходности в гостинице, после дохода от номерного фонда и службы питания и являются конкурентоспособными для гостиниц.

Расширение спектра дополнительных услуг развивает, дополняет и корректирует перспективные направления развития гостиничного предприятия с учетом конкретной обстановки. Разработка новых услуг является необходимым условием поступательного развития любого гостиничного предприятия.

Степень разработанности темы. Теоретической и методологической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных

авторов посвященные вопросам теории и практики управления предприятиями сферы гостиничных услуг.

Вопросы менеджмента гостиниц, организации сферы гостиничных услуг рассмотрены в работах таких отечественных ученых и практиков, как С.А. Силинг, В.Г. Гуляев, А. Д. Чудновский, В. А. Квартальный, И. В. Зорин, Н. И. Кабушкин и др.

Экономические аспекты деятельности гостиничных и туристских предприятий исследовали ученые Ю. Ф. Волков, В. Ю. Соболев и др.

Специфика сферы гостиничных услуг отражена в трудах таких зарубежных ученых, как Р. А. Браймер, Ф. Котлер, Д. Уокер, М. Л. Касавана и др.

Объект исследования – комплекс гостиничных услуг.

Предмет исследования – дополнительные услуги отеля «Сенатор».

Целью данной работы является разработка дополнительной услуги для отеля «Сенатор».

Обозначенная выше цель, может быть достигнута через решение следующих **задач**:

- рассмотреть основные и дополнительные гостиничные услуги, технологию предоставления гостиничных услуг;
- дать общую характеристику отеля «Сенатор»;
- разработать предложения по оказанию дополнительных услуг в отеле и оценить их экономическую эффективность.

Методы исследования: изучение и анализ научной литературы, статистический и сравнительный методы.

Список литературных источников представлен нормативно-правовыми актами, интернет-источниками, а так же специализированной научной литературой и материалами из периодических изданий.

Структура работы представлена введением, двумя главами, заключением, списком источников и литературы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОКАЗАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1. Основные и дополнительные гостиничные услуги

Гостиничный бизнес – это сфера предоставления разных услуг материального и нематериального характера. Он тесно связан со степенью развитости в стране делового туризма и отдыха.

Гостиница предназначена для временного проживания людей, и главным продуктом ее деятельности является предоставление услуги размещения. Для индустрии гостеприимства, чтобы факт образования продукта (услуги) произошел, необходимо наличие и активное участие двух сторон: персонала отеля и клиента. Получающая сторона при этом не становится собственником произведенного продукта, а является его потребителем [14, с.42].

Услуги – это нематериальный товар, они нужны для удовлетворения возникших в данный момент потребностей клиентов, т.е. ее оказание во времени и в пространстве зафиксировано, но продукт не подлежит хранению или перевозке. Спрос на гостиничные услуги может колебаться от времени года. Отличается изменчивостью и непостоянством качества. Но клиенты не могут полученную услугу измерить. Ее не увидишь и не услышишь. Останутся внутренние ощущения и воспоминания, которыми клиенты могут поделиться с родными или друзьями, и это сказывается на репутации и в итоге на доходах гостиничного предприятия [5, с.39].

Бывают основные и дополнительные услуги в гостинице. Они, в свою очередь, могут быть бесплатными и оплачиваемыми.

Основными неизменно остаются размещение и питание клиентов. Классификация гостиничных услуг представлена на рисунке 1, Приложение 2.

Главным элементом при размещении выступают гостиничные номера. Они бывают разной категории и функционального назначения и служат для работы и отдыха клиентов. Туристы на отдыхе используют гостиничные номера преимущественно для сна. Поэтому обязательными атрибутами в них являются кровать, тумбочка или ночной столик, стул или кресло, шкаф для одежды, корзина для мусора. В номерах делового назначения помимо перечисленного присутствуют соответствующая мебель и техника для работы [4, с.62].

Категорию номеров определяют составляющие уровня комфорта. Критериев оценки много – это состояние и техническое оснащение номера, удобства, предприятия питания, прилегающая территория, подъездные пути и другое. Единой классификации по классам в мире нет, потому что в разных странах понимание уровня комфорта разное, и различны системы оценки.

Общепринятыми критериями являются месторасположение, вместимость, функциональное назначение, продолжительность функционирования и продолжительность пребывания клиентов, обеспечение питанием, уровень цен [10, с.43].

Услуги проживания и питания воспринимаются клиентами разных категорий уже как обычное дело. А вот дополнительные и сопутствующие услуги в гостинице отличают ее от других предприятий похожего вида и служат предметом повышенного интереса потребителей.

Комфортабельные отели обеспечивают круглосуточный и ежедневный прием и оформление клиентов. При оформлении договора обязательно оговариваются перечень услуг, которые входят в оплату за номер, и дополнительные услуги в гостинице, предоставляемые за отдельную плату. Работники отеля не имеют права предоставлять услуги за отдельное вознаграждение не из списка или заменять одни услуги другими без согласования с клиентом. А гость вправе не оплачивать такой сервис. Цена за проживание в номере, порядок и форма внесения платы устанавливается

исполнителем. Обжаловать их потребитель без существенных причин не может. Возможна оплата по суткам или по часам с указанием времени расчета. Соответствующим образом сертифицированные отели разрабатывают список льготных категорий клиентов и порядок оплаты для них. Все перечисленные сведения и дополнительные услуги, предоставляемые гостиницами, а еще телефоны вышестоящих организаций, правила и законы, сертификаты, инструкции, сведения о работе размещающихся в отеле предприятий и другая важная информация должны быть удобно размещены для ознакомления клиентов в помещении, где оформляется договор.

В оплату за проживание гостиницы выше третьего класса обычно включают:

- услуги по бронированию номера непосредственно в отделе брони, по телефону или через интернет, организацию различных способов оплаты за номер и правильное оформление счета.

- очень важные обязательства, которые берет на себя служба охраны гостиничного предприятия, - это обеспечение безопасности проживания и сохранность личных вещей в номере или багажном отделении, а для отелей класса люкс в номерах должен быть сейф.

- организацию информационной службы, портье, услуги носильщика.

- организацию услуг горничных, т.е. уборка номера. В стоимость номера включают стоимость туалетных принадлежностей в ванной комнате, спутниковое телевидение.

- организацию питания от утреннего кофе до «все включено». Чем выше класс гостиничного предприятия, тем длиннее этот список и, естественно, дороже услуга проживания [13, с.55].

Возможно бесплатное предоставление дополнительных услуг в гостинице. Обязательными являются услуги вызова экстренной медицинской помощи или использование медицинской аптечки. Необязательные – это услуги обмена валют, быстрого оформления при заселении и выезде,

предоставление оборудования для особых категорий клиентов, например инвалидов; консьерж, доставка в номер газет и журналов, телефон, интернет. Эти дополнительные услуги в гостинице первого и второго классов могут отсутствовать или предоставляться за отдельную плату.

Схематично гостиничные услуги представлены на рисунке 2, Приложение 2.

Дополнительные услуги за отдельную плату. Туристические комплексы и полносервисные отели с высоким и средним уровнем комфортности предоставляют большой перечень услуг, которые оплачиваются отдельно. Организация дополнительных услуг в гостинице осуществляется для удовлетворения самых разных запросов своих гостей. В гостиничном бизнесе это называется сервисом. Этот вид сервиса строится по принципам спроса и предложения.

Технология предоставления дополнительных услуг в гостинице такова, что персонал ни в коем случае не навязывают, а предлагают новые услуги, а клиент, в свою очередь, выбирает, что ему нужно. Список этих услуг с ценами и часами работы предприятий, их оказывающих, в отелях высокой комфортности обычно предоставляют клиентам при оформлении заселения, он есть в номере или у администратора на этаже [11, с.62].

Предприятиям индустрии гостеприимства необходимо стремиться, чтобы имеющиеся дополнительные услуги в гостиницах полностью удовлетворяли запросы клиентов. В отеле они должны иметь удобное для гостей расположение и оптимальные часы работы. Персонал этих предприятий должен работать с разными службами отеля или туристического комплекса в едином стремлении предоставлять свои услуги в лучшем качестве.

Перечень и сами дополнительные услуги в гостиницах разной классности разные, но основные обычно схожи. В первую очередь это услуги предприятий питания:

- буфеты, кафе, рестораны, бары. Для этих предприятий важно, чтобы у клиента была возможность перекусить в любое время суток.

- услуги продуктовых и промышленных магазинов и сувенирных лавок.

- не менее важны услуги предприятий сферы развлечений, дискотек, ночных клубов.

- транспортные включают в себя услуги бронирования билетов на все виды транспорта, заказ такси и любого автотранспорта, прокат автомобилей.

- предприятия бытового обслуживания. Здесь очень большой перечень платных услуг. Во-первых, все связанное с ремонтом одежды, обуви, техники. Прокат от чайника до новейшей электроники и велотренажера. Хранение дорогих вещей. Обязательно есть парикмахерская или салон, часто с массажным кабинетом, и многое другое.

- в распоряжении клиентов туристических комплексов баня, сауна, оздоровительный комплекс с бассейном и тренажерным залом.

- предусмотрены дополнительные услуги в гостиницах для туристов, отдыхающих всей семьей. Они часто пользуются помощью няни, воспитателя, которые смогут общаться на родном для их детей языке.

- предоставляют уход и присмотр за животными хозяевам, путешествующим со своими питомцами.

- все для совмещения отдыха и деловых встреч [8, с.63].

Для туристических гостиничных комплексов отдельным списком идут услуги предприятий экскурсионного обслуживания. В этой части все – от предоставления информации об имеющихся поездках до организации ее в полном объеме с гидом-переводчиком. Для деловых клиентов и бизнес-слетов в отелях предоставляют услуги конференц-залов, бизнес-центров, залов для переговоров. А вечером для них организуют походы в театр или концертный зал.

Отдельно остановимся на телекоммуникационных услугах в гостинице – это залог её рентабельности и гарант высоких стандартов, предъявляемых к современным отелям. С активным развитием

телекоммуникационных услуг в последние годы невозможно представить гостиничный бизнес в стороне от технологий. Поддерживать связь с родными, друзьями и бизнес-партнёрами, не просто необходимость, это естественная потребность в нашу информационную эру. Задачей гостиничного бизнеса является повышение комфортабельности пребывания постояльцев, в том числе путём предоставления коммуникационных услуг [17, с.52].

Коротко охарактеризуем основные виды телекоммуникационных услуг в гостиницах.

1. Интернет. Благодаря технологии беспроводного интернета Wi-Fi, доступ во всемирную паутину стал доступен «на каждом углу», от закусочной, до приемной городской администрации. Но если во всех этих случаях наличие сети обусловлено желанием привлечь клиента, либо создать выгодную атмосферу радушия, то для владельца гостиничного бизнеса, наличие Wi-Fi важно не менее чистых номеров и свежего постельного белья.

Большинству людей крайне важно, чтобы путешественники, прибывшие в другой город, или страну связывались с ними постоянно, и, желательно, с применением видеосвязи. В номере постоялец проводит довольно большую часть времени, и предоставление возможности оставаться на связи, строго обязательно для современного отеля. В прошлом с этой задачей справлялся телефон, но время не стоит на месте – Skype и Viber фактически вытеснили традиционные средства связи. Это неудивительно, ведь всемирная сеть – отличный способ бесплатной связи.

Кто-то привык общаться через социальные сети, а кто-то через позабытые мессенджеры, вроде ICQ, или вовсе путем электронных писем. Задача гостиничной администрации обеспечить бесперебойную работу сети внутри номеров, сигнал достаточной мощности и высокую скорость интернета.

2. Создание точки Wi-Fi. Источником сигнала беспроводного интернета по Wi-Fi служит роутер, имеющий ограниченную зону действия.

Производители, как правило, завышают характеристики устройств, приписывая им в рабочую зону лишние метры, где уровень сигнала по мощности приближается к нулю. Также указанные характеристики можно смело делить на три при наличии микроволновых печей, других устройств беспроводной связи, зеркал, тонированных окон и, конечно, стен. То есть, теоретический расчёт мощности сигнала в каждом конкретном случае не имеет смысла. Проще и разумней согласовать установку с фирмой, предоставляющей интернет услуги, сделать замеры и, при необходимости, внести нужные коррективы.

3. Администрирование сети. Современные автоматизированные системы организации работы отелей часто нуждаются в корректировке. Решить проблему может мастер, но зачастую достаточно обыкновенной перезагрузки устройства, с чем мог бы справиться любой сотрудник гостиницы.

В целом желательно провести среди персонала работу по повышению квалификации, касательно элементарной настройки подключения к сети на наиболее популярных устройствах. Эти умения обязательно сослужат добрую службу для клиентов старшего возраста, и просто далёких от современных технологий людей, и заработают доброе имя вашему бизнесу.

При устройстве гостиницы, желательно обеспечить лёгкий доступ к оборудованию беспроводной связи для дальнейшего обслуживания. Прятать его в недостижимых местах или наглухо закрывать декоративными панелями не рекомендуется.

Существуют сбои работы сети и большего масштаба, для решения которых может понадобиться специалист. Крупные отели, с десятками номеров постояльцев, не обойдутся без собственного системного администратора, а мини-отели вполне могут обойтись мастером по вызову – его обычно готов предложить поставщик интернет-услуг.

4. Продажа дополнительных услуг. Бывает, что в командировке или отпуске клиент утерял телефон, поломал ноутбук, или многодетная семья

банально не может поделить планшет для развлечений и досуга. Многие гостиницы предлагают устройства в аренду на срок пребывания клиента. Обоюдная выгода сторон делает такой вид услуг не просто популярным, но и обязательным в перспективе для гостиниц высокого класса.

Ассортимент предлагаемых устройств может быть самым разным, от современных смартфонов до мощных игровых компьютеров и видеоприставок, за которыми время пролетит весело и незаметно. Удобный мультимедийный планшет сделает пребывание в вашей гостинице ещё более комфортным, позволяя клиенту оставаться на острие событий в мире, запечатлевать приятные моменты своего отпуска и делиться ими с друзьями в соцсетях. В том числе и добрыми отзывами в адрес гостиницы.

5. Развлечение и досуг. Телекоммуникационные услуги в гостинице – это не только поддержка беспроводной связи но и целый ряд сопутствующих предложений, для того чтобы скрасить пребывание ваших постояльцев. Одним из таких является интернет телевидение. Рынок предложения онлайн-трансляций необъятно широк и вариативен, а благодаря стремительному росту и популяризации этой отрасли, гостиница может предложить клиентам до 500 телеканалов в высоком качестве по доступной цене. Яркая, словно живая картинка, качественная акустика и практически не ограниченный простор телеэфира никого не оставят равнодушным.

Во многих фешенебельных гостиницах становится нормой, наряду с прочим набором устройств для комфортного отдыха, предлагать видеоприставки. При наличии широкого телевизора и качественного интернет-соединения можно отлично проводить время с друзьями. Курс на игровой досуг прибавит отелю очки и позволит полностью раскрыть потенциал качества сети. Кроме этого, отель пополнит кассу, благодаря дополнительному источнику доходов, который в последнее время весьма востребован, как отмечают опытные владельцы гостиничного бизнеса.

Пребывание в гостиничном номере предполагает ряд услуг непосредственно по запросу клиента, от заказа напитков и закусок в номер,

до бронирования билетов или указания на те или иные неудобства в номере для скорого их устранения. В прежние времена с этой задачей справлялась внутренняя сеть, наподобие телефонной, через которую постоялец мог сообщить заказ дежурному администратору. С развитием телекоммуникаций такой вариант остаётся стилизованным элементом для тематически обустроенных под 70-е годы гостиниц.

В современном номере постоялец находит мультимедийный пульт управления номером. Обыкновенно оборудованный сенсорным экраном он дублирован в местах, наиболее удобных для клиента и вмонтирован там, где чаще приходится обратиться к его помощи. Интерактивное меню позволяет управлять освещением, температурой, пользоваться аудиосистемой или телевизором, да и вообще всем, чем наполнен гостиничный номер. Помимо выбора языка, все функции меню снабжены достаточно простыми и понятными пиктограммами, которые делают работу с пультом ещё проще.

Установка подобного оборудования, создание разделов и заказ программного обеспечения в целом, может обойтись недёшево, но привлекательность такого вида удобства скоро окупится, а гостиница станет на шаг ближе к очередной звезде.

Телекоммуникационные услуги в гостиничном бизнесе – норма. Часть необходимого минимума. Рентабельность отеля на девять частей из десяти состоит из создания комфортных условий для клиента, а в XXI веке, одним из главных условий для такового, является скоростной широкополосный интернет.

Современная тенденция такова: если раньше дополнительные услуги в гостиницах и их количество говорили о звездности предприятия индустрии гостеприимства, то теперь высокое качество этих услуг делает «лицо» первоклассного предприятия сферы гостеприимства.

1.2. Технология предоставления гостиничных услуг

Отельный сервис разделяется на основные, дополнительные и индивидуальные виды услуг. В зависимости от пожеланий отеля и уровня конкурентной среды в заданном регионе, этот сервис может быть как абсолютно бесплатным, так и за дополнительную плату.

Существует ряд основных услуг в отеле, закрепленные на законодательном уровне, как те блага, которые должны оказываться во всех гостиничных учреждениях, как бесплатные. Это обязательно. Их перечень:

- в случае необходимости вызов скорой медицинской помощи;
- наличие и круглосуточная возможность использовать медицинскую аптечку;
- доставка писем, газет и прочей корреспонденции, предназначенной постояльцу;
- пробуждение гостя к назначенному времени;
- наличие и возможность доступа к кипятку, ножницам, иголкам с нитками;
- пользование одним комплектом посуды и его замена [22, с.51].

Вне зависимости от концепции гостиничного предприятия, данные услуги отель должен предоставлять. Однако понятно, что если отель будет предоставлять лишь это, его рейтинг будет оставлять желать лучшего. В условиях жесткой конкуренции между гостиницами и гостиничными сетями необходимо быть «в тренде» и предвосхищать потребности постояльцев.

Так, буквально несколько лет назад свои бонусы и преимущества в виде дополнительных клиентов получали те редкие гостиницы, которые позволяли постояльцам пользоваться раздаваемым интернетом без взимания дополнительной платы.

Дополнительные услуги гостиницы. На сегодняшний день сайты отелей, сетей и ресурсы по бронированию пестрят баннерами с надписью «бесплатно» и «в подарок». Конкурируя между собой, гостиницы стараются

предоставить уникальный сервис своим гостям, либо стандартные разновидности платных услуг – безвозмездно.

Наиболее распространенные платные услуги в гостиницах:

- предложение групповых и индивидуальных экскурсий;
- персональный переводчик и гид;
- продажа билетов на культурно-массовые мероприятия;
- обмен валюты;
- ремонт одежды, обуви, химическая чистка и глажка;
- сувенирная продукция;
- аренда площади для деловых переговоров и конференций;
- сауны, бани, спа-салоны, массажные салоны, косметологические кабинеты, парикмахеры;
- покупка и доставка цветов;
- заказ такси.

Разумеется, чем большее количество услуг предлагает гостиница бесплатно, тем больше у нее шансов на лидирующие позиции и обратную связь с клиентами. Нарботка хороших отзывов – долгий, затратный и трудоемкий процесс. Высокое качество сервиса, как ничто другое, может помочь в данном вопросе.

Сегодня плохим тоном считается предложение определенного ряда услуг за дополнительную оплату. Когда-то дорогой интернет, в наше время обязан быть доступным всем свободно. Подробная консультация специалистом ресепшена о проводимых в городе мероприятиях; о том, как добраться до нужного клиенту места и обратно; о возможности сэкономить средства в городе и прочая полезная информация предоставляется бесплатно. Вызов такси к гостинице не должен быть оплачиваемым ничем, кроме чаевых, максимум.

Индивидуальные услуги в гостинице. Гостиницы 4* и 5* не могут позволить себе забыть об индивидуальном подходе к персонам особой важности. Это могут быть люди, полезные для данного бизнеса, или просто

обеспеченные постояльцы. Если персональные услуги оказываются в исключительных случаях, их наличие не станет финансово привлекательным, однако создаст определенное реноме гостиничному предприятию, что немаловажно.

К числу персональных услуг относится, в том числе индивидуальный работник отеля, сопровождающий постояльца во весь период его пребывания. В его обязанности входит консультации по всем вопросам, изыскание решений любой сложности, дабы удовлетворить пожелания взыскательного клиента.

Неплохим вариантом индивидуального подхода к гостю являются небольшие подарочки, приятные сувениры на память о пребывании в гостинице. Это может быть любая сувенирная продукция, например, шоколадки местной фабрики с логотипом вашей компании. Этот недорогой и скромный подарок подчеркнет уровень сервиса в вашей гостинице и заставит улыбнуться даже самого строгого гостя.

Специфика гостиничной услуги определяется особенностями и технологиями обслуживания гостей. Технологический процесс оказания гостиничной услуги включает в себя:

- встречу гостя при входе в гостиницу;
- регистрацию, оформление документов и размещение гостя;
- обслуживание в номере;
- обслуживание при предоставлении услуг питания;
- удовлетворение культурных запросов, спортивное, оздоровительное и фитнес-обслуживание;
- оформление выезда, проводы при отъезде.

Схематично технологический процесс гостиничной услуги представлен на рисунке 3, Приложение 2.

Перечень услуг, их качество, в технологическом цикле могут быть достаточно вариативными, однако основные этапы, последовательность

предоставления главных услуг на каждом этапе всегда обеспечивается в определенной последовательности.

В течение первой фазы гостевого цикла осуществляется окончательная подготовка средства размещения к приему гостя: до приезда гостя подтверждается факт его приезда, вероятно частичное изменение сроков прибытия, необходимость трансфера (если предусмотрен в услугах гостиницы), экскурсионные услуги по ознакомлению с культурно-историческими особенностями города. В канун поселения осуществляется окончательная санитарная подготовка номера.

Основываясь на «Правилах предоставления гостиничных услуг в РФ», администрация гостиниц разрабатывает для своих предприятий «Правила внутреннего распорядка», отражающие специфику работы данного гостиничного предприятия [2].

Стандарты обслуживания – это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций. Несохраняемость гостиничной услуги означает, что необходимо предпринимать меры по выравниванию спроса и предложения. Среди этих мер:

- установление дифференцированных цен;
- применение скидок;
- увеличение скорости обслуживания;
- совмещение функций персонала.

В зависимости от того, насколько гостиница престижна, и какую категорию она имеет, в ней предоставляются различные основные и дополнительные услуги. Разные заведения могут предоставлять какие-то свои, отличающиеся от услуг остальных отелей сервисы. Несмотря на это перечень основных услуг без дополнительной платы чаще всего включает в себя следующие позиции:

- 1) предоставление места для проживания;

- 2) предоставление 1-, 2- или 3-х разового питания;
- 3) сервис побудки клиентов в определенное время (осуществляется чаще всего звонком в номер по внутреннему телефону);
- 4) предоставление информации о том, как проехать к каким-либо зданиям, местам и достопримечательностям, а также о том, в какое время работает транспорт в городе;
- 5) предоставление клиенту данных о местонахождении каких-либо мест для отдыха, экскурсионных маршрутов, ресторанов, кафе, театров, кинотеатров, имеющих в городе;
- 6) оказание услуг по вызову скорой помощи в случае необходимости;
- 7) выдача медицинской аптечки или каких-то разрешенных лекарств (от головной боли, тошноты и прочее);
- 8) отправка в номер писем, газет, уведомлений в случае их получения на имя клиента;
- 9) создание в номере минимальных бытовых благ (наличие кипятка, какой-то посуды, ниток, иголок и прочее) [12, с.38].

Таким образом, клиент, заселившийся в гостиничный номер, может вполне комфортно и удобно там проживать, не неся дополнительных расходов на какие-то вспомогательные услуги.

К обязательным услугам без дополнительной платы, согласно Правилам предоставления гостиничных услуг, относятся: вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени; предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

Все остальные виды обязательных услуг администрация гостиницы прописывает в своем внутреннем документе – Порядке проживания в гостинице, в основе которого лежит Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения (в котором делят

гостиницы по звездности). Администрация не может выбрать меньший перечень услуг, чем положен ей согласно категории.

Таким образом, одна и та же услуга в гостинице более высокой категории может быть обязательной, а в отеле категорией ниже может предоставляться за отдельную плату.

Во время первой фазы гостевого цикла общение потенциального клиента с персоналом отеля начинается до приезда гостя. Это осуществляется через телекоммуникационные средства и связано с возможностью предварительного заказа (бронирование) услуг отеля.

Информация о возможности бронирования номеров (мест) может поступать из различных источников – постоянных и эпизодических.

Постоянные источнику заявок на бронирование поступают от туристических агентов по продаже, компаний, фирм, которые организуют выставки, конференции, семинары, а также от промышленных и других компаний, близких в расположении к гостинице, что обуславливает необходимость размещения сотрудников, партнеров по бизнесу. К постоянным источникам бронирования также принадлежит централизованное (ОВБ).

Эпизодические (единичные) заявки на бронирование поступающих от физических лиц или компаний, у которых возникла необходимость в одноразовом размещении в отеле.

В процессе первого контакта клиент получает от работника отеля весомую информацию о структуре услуг, расположения известных объектов, тарифы и т.п. или может подтвердить важную для себя информацию о средстве размещения.

Вторая фаза гостевого цикла связана с встречей гостей на вокзале, в аэропорту, трансфер в отель, регистрацией и размещением клиента в гостинице.

Встреча гостей и трансфер в отель имеют важную психологическую и анимационную функцию, ведь первые впечатления от контакта с персоналом,

городом, отелем дольше запоминаются клиентам. Встречи и трансфер меньше утомляют гостей. Важный момент в гостиничном бизнесе – слишком уставший, недовольный клиент – это потерянные деньги от неиспользования им дополнительных услуг отеля. В процессе трансфера целесообразно предоставить информацию клиенту об особенностях положения отеля относительно важных объектов социально-культурной, деловой инфраструктуры города.

С прибытием в отель клиент получает информацию об услугах, предварительно оплачивает проживание и заранее оговоренные дополнительные и сопутствующие услуги отеля. Следовательно, эта фаза выполняет также информационную, адаптационную и коммуникационную функции [7, с.92].

Третья фаза гостевого цикла самая и связана с обслуживанием гостей.

Отели, кроме предложения номеров, для комфортного проживания предоставляют определенный объем дополнительных услуг. В гостиницах с высоким уровнем обслуживания действуют бизнес-центр, бюро обслуживания, оздоровительный центр, услуги предложения автотранспорта и т.п. Дополнительные и сопутствующие услуги также обеспечивают доходы гостиниц. Доля доходов от предложения таких услуг может достигать 30% [31, с.55].

В четвертой фазе гостевого цикла происходит полный расчет клиента за проживание и предоставленные дополнительные платные услуги.

В отдельных гостиницах завершающая фаза гостевого цикла связана с трансфером гостей на вокзал. Внедрение этой услуги призвано стимулировать гостей повторно посетить отель, благодаря комфортности, индивидуальному подходу в процессе предоставления услуг.

Список услуг гостиницы безграничен. Его можно и нужно пополнять с течением времени. Как правило, инициатива должна исходить от администратора гостиницы, который знает о потребностях гостей. Также он

должен уметь вежливо и ненавязчиво предложить имеющиеся услуги жильцу.

Стоит ли говорить о том, что в набор услуг, предоставляемых по умолчанию, должны входить такие вещи, как экстренное устранение неисправностей в комнате, поддержание чистоты в номере, коридорах, лифтах и холле, ремонт и настройка телевизора в случае необходимости и прочее. Эти, казалось бы, элементарные правила гостеприимства нарушаются нередко и являются одним из основных отличий западного уровня сервиса от советского. Однако с развитием туристического бизнеса в России, ситуация начинает исправляться.

Лучшие отели мира, соревнуясь за право приютить туриста, выдумывают даже экстравагантные варианты сервиса. В некоторых из них готовы прочесть гостю сказку на ночь. В других – предложат общение с психологом. В третьих выдадут нуждающимся антихраповые подушки.

Эффективный маркетинговый ход – попросить гостей, чье пребывание подходит к концу заполнить анкету с вопросами о качестве сервиса в гостинице, либо опросить его о пожеланиях устно. Главное – не перестараться: анкета не должна стать обременительной, пары вопросов о пожеланиях и предложениях будет достаточно, а человек с приятным чувством будет вспоминать о проживании в данном отеле. Еще одним приятным бонусом для гостя станет недорогой подарок, в качестве благодарности за выбор отеля. Например, кусочек мыла ручной работы или памятный сувенир, несомненно, вызывают улыбки на лицах людей.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ОКАЗАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ОТЕЛЕ «СЕНАТОР»

2.1. Характеристика гостиничных услуг отеля «Сенатор»

Отель «Сенатор» относится к категории 4 звезды, расположен по адресу город Екатеринбург, ул. Хомякова, д.14.

Отель «Сенатор» радушно открыл свои двери в 2007 году. Отель располагается в отдельно стоящем здании в тихом центре города, но несомненное преимущество расположения нашего отеля заключается в том, что он удалён от шумных, многолюдных улиц с безумным транспортным потоком.

Отель находится в центре Екатеринбурга. Бизнес-отель «Сенатор» располагает современными номерами с бесплатным Wi-Fi, круглосуточной стойкой регистрации и бесплатной парковкой.

Во всех номерах отеля «Сенатор» есть кондиционер, спутниковое телевидение и ванная комната.

Стильный ресторан отеля «Сенатор» предлагает завтрак «шведский стол» и блюда международной кухни по меню. Гости могут поиграть в шахматы, нарды и карты в баре. Здесь также регулярно проводятся музыкальные вечера.

Отель «Сенатор» расположен в 2 км от собора Екатеринбурга и 2,5 км от музыкального театра Екатеринбурга.

Отель «Сенатор» находится в 7 минутах езды от железнодорожного вокзала Екатеринбурга и в 40 минутах езды от аэропорта Кольцово.

Здание отеля построено в стиле конструктивизма, со всей присущей этому стилю рациональностью и удобством. В центральной части здания расположены лифтовые шахты, подсобные помещения и проложены основные технические коммуникации. По периметру расположены просторные номера, оборудованные лаконичной и удобной мебелью. На

первом этаже расположен ресторан с основным пространством на 80 мест и уютным VIP-залом.

Одним из девизов компании является фраза: «Sleep well – live well» - то есть, в вольном переводе: «Хорошо выспался – хорошо провел день». Отель «Сенатор» предлагает гостям комфортабельные номера различной категории. Название номеров и стоимость проживания представленных в таблице 1.

Таблица 1

Номерной фонд отеля «Сенатор»

Название номера	Количество номеров	Цена на размещение одного чел/, руб.	Цена на размещение двух человек, руб.
«Стандартный» двухместный с односпальными кроватями (Tween)	85	4600	5500
«Стандартный» двухместный с двухспальной кроватью (King)	38	4400	5700
Номер для людей с ограниченными возможностями	2	3800	4600
«Стандартный» одноместный с малой двухспальной кроватью (Qween)	7	4300	5300
«Бизнес-френдли» с двухспальной кроватью	16	8000	8000
«Люкс»	3	12000	12000

Независимо от стоимости и категории каждый номер можно разделить на две зоны:

1) зона отдыха, в которой располагается дизайнерская кровать, изголовье которой совмещено с прикроватными тумбочками и прикроватными бра;

2) рабочая зона, в которой есть письменный стол, стулья, и кресла для отдыха.

В санузле расположен умывальник на столешнице из искусственного мрамора, унитаз-инсталляция, душ со смесителем, оборудованным термостатом, для поддержания заданной температуры, а также имеются фен,

большое и косметическое зеркала и все необходимые банные принадлежности.

Во всех номерах отеля есть телефонная междугородная и международная связь, спутниковое телевидение, мини-бар, рабочий стол, кондиционер, сейф и пр.

В стоимость номера, по выбору гостя может входить завтрак («шведский стол»). Все гости имеют возможность посещения тренажерного зала.

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Одной из важнейших отраслей туристской индустрии является гостиничное хозяйство. С точки зрения бизнеса гостиница является предприятием по производству и предоставлению услуг коммерческого гостеприимства, которое предлагает свои удобства и сервис потребителю. То есть функциональное назначение услуг заключается в том, что гостиница призвана создать комфортабельные условия для размещения гостя и предоставить ему ряд дополнительных услуг.

В практической части данной курсовой работы был рассмотрен отель «Сенатор», относящийся к категории 4 звезды.

Отель «Сенатор» представляет собой сложную организационную структуру, имеет большое количество основных и вспомогательных служб. Основными показателями эффективного функционирования отеля являются загрузка предприятия и его позиция на рынке гостиничных услуг. Для укрепления позиций, поддержания благоприятного имиджа, удовлетворения гостей необходимо постоянно совершенствовать организацию деятельности подразделений отеля.

При анализе технологического процесса оказания гостиничных услуг в отеле «Сенатор», был выявлен ряд проблем, решение которых поможет совершенствовать работу отеля:

- 1) недостаточное количество постельного белья, находящегося на балансе отеля;
- 2) отсутствие элементов экологического менеджмента, т.е. в отеле не ведутся работы по экономии воды, стирального порошка, электроэнергии и др.
- 3) в отеле не проводятся исследования удовлетворенности гостей услугами отеля.

В связи с этим был разработан проект по совершенствованию организации оказания гостиничных услуг. Мероприятия:

- 1) закупка дополнительных комплектов постельного белья;
- 2) заказ в типографии табличек для каждого номера отеля с описанием просьбы заботиться об экологии Земли, беречь невозполнимые ресурсы.
- 3) регулярное проведение исследования степени удовлетворенности гостей качеством услуг отеля (не реже двух раз в год).

Проведенные расчеты показали, что для эффективного функционирования службы Хаускипинга, отелю «Сенатор» рекомендуется иметь в наличии 572 комплекта постельного белья.

В данной работе предлагаются способы увеличения дохода отеля с помощью организации дополнительных услуг:

1. Аренда площадей для бизнеса и мероприятий.

2. Сотрудничество со сторонними организациями.
3. Бронирование билетов.
4. Развитие развлекательной инфраструктуры.
5. Сотрудничество с корпоративными клиентами.
6. Организация форумов и тренингов.

Отелю «Сенатор» предлагается усовершенствование существующего ПО путем подключения ПО для работы Digital Signage в отелях. Программное обеспечение для работы Digital Signage – это мощный инструмент для коммуникации в отеле. Программное обеспечение для работы Digital Signage в отеле «Сенатор» позволит:

- создать удобную систему навигации при проведении мероприятий в гостинице;
- управлять бронированием номеров;
- упростить процесс предоставления информации гостям отеля;
- публиковать информацию быстро и легко, а также создавать расписание отображения содержимого в зависимости от времени суток;
- предоставлять гостям отеля «Сенатор» специальные предложения, актуальные цены и акции;
- публиковать меню и комбинировать информацию с рекламными акциями и предложениями.

Корпоративная информационная система для отеля «Сенатор» способна решить сразу несколько важных вопросов:

- повышение уровня продаж;
- оптимизация маркетинговых затрат;
- улучшение качества и скорости обслуживания клиентов и ряд других.

Отелю «Сенатор» предлагается заключить договор с Компанией «Вертикаль», специализирующейся на услугах по разработке проектов, подбору и поставке оборудования, а также установке и настройке.

Таким образом, проведенные расчеты подтвердили целесообразность внедрения разработанных предложений.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 53423-2009 – Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения от – 01.03.2009, с изменениями и дополнениями от – 18.05.2011 // «Общероссийский классификатор стандартов» – 01.07.2010 – № 7 – ст.1154.
2. ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»
3. ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»
4. Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» от 18.06. 2007г. № 452. // «Собрание законодательства РФ». – 23.07.2007. –№ 30. – Ст. 3942; «Российская газета». –№ 159. –2007. – 25 июля.
5. Арбузова, Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учеб. Пособие для студ. высш. учеб.заведений [Текст] / Н.Ю. Арбузова. – М.: Академия, 2012. – 224 с.
6. Артемова, Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие [Текст] / Е.Н. Артемова. – Орёл: ОрёлГТУ, 2015. – 104 с.
7. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса [Текст] / Е.А. Балашова. – М.: Вершина, 2016. – 176с.
8. Беккер, Г. Экономический анализ и человеческое поведение [Текст] / Г. Беккер // THESIS. Зима Т.1. – Вып.1. – 2012. – С. 24-40.
9. Вакуленко, Р.Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие [Текст] / Р.Я. Вакуленко. – М.: Логос, 2014 – 320 с.
10. Волков, Ю.В. Технология гостиничного обслуживания: учебник [Текст] / Ю.В. Волков. – Ростов н/Д: Феникс, 2015. – 384 с.
11. Володоманова, Н.О. Международные стандарты обслуживания для предприятий гостиничной индустрии [Текст] / Н.О. Володоманова, М.А. Морозов, А.Н. Умнов. – М.: Талер, 2013 – 232с.

12. Все о туризме [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.turist.ru>. (дата обращения: 27.11.2017).

13. Гаврилова, С.В. Организация туристского и гостиничного бизнеса: учебно-методический комплекс [Текст] / С.В. Гаврилова – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2011 – 358 с.

14. Гловер, Дж.В. Управление качеством в индустрии гостеприимства. Учебник [Текст] / Дж.В. Гловер – М.: ЮНИТИ, 2014. – 453с.

15. Глухов, С.Г. Менеджмент предприятия гостеприимства. Учебник [Текст] / С.Г. Глухов – М.: Новое Знание, 2014. – 243с.

16. Голигузова, Н.С. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ [Текст] / Н.С. Голигузова, Е.И. Куценко // Экономическая наука сегодня: теория и практика : материалы IV Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 30 апр. 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. – С. 34-39.

17. Дмитриева, Н.В. Гостиничный менеджмент: учебное пособие [Текст] / Н.В. Дмитриева. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с.

18. Живило, Г.А. Современные информационные системы управления гостиничными предприятиями [Текст] / Г.А. Живило // Директор ИС. – 2016. - №8. – С. 41-44.

19. Иванов, В.В. Гостиничный менеджмент. Учебник [Текст] / В.В. Иванов – М.: ИНФРА-М, 2014. – 384 с.

20. Иванов, В.В. Использование маркетинговых инструментов для управления гостиничным продуктом [Текст] / В.В. Иванов, А.Б. Волов // Пять звезд. Отели. Рестораны. Туризм – 2016. - №3. – С. 32-33.

21. Инновационный менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент» [Текст] / под ред. С.Д. Ильенковой. 3-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 335 с.

22. Какосьян, Э. К. Стратегия управления предприятиями гостиничного хозяйства: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / Э.К. Какосьян. – СПб., 2014 – 160 с.

23. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиничного и ресторанного бизнеса. Учебник [Текст] / Н.И. Кабушкин – М.: Новое Знание, 2015. – 368 с.
24. Конкурентоспособность гостиничных предприятий: учебно-методическое пособие [Текст] / под.ред. В.И. Бажукова – М.: ИНИОН, 2015 – 94 с.
25. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст] / Ф. Котлер: Учебник для вузов. – 4-е изд., пер. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1046 с.
26. Круль, Г.Я. Основы гостиничного дела: учебное пособие [Текст] / Г.Я. Круль – К.: Цент учебной литературы, 2013 – 368 с.
27. Кусков, А.С. Гостиничное дело: учебное пособие [Текст] / А.С. Кусков. – М: Дашко и Ко, 2012 – 328 с.
28. Ларионова, И. Комплексный подход как путь к динамичному развитию [Текст] / И. Ларионова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. – №3. – С.15-18.
29. Логинов, И.Д. Современные корпоративные информационные системы [Текст] / И.Д. Логинов // Информационные технологии. – 2017. - №3. – С. 34-37.
30. Ляпина, И.Ю. Материально-техническая база и оформление гостиниц и туркомплексов: уч. для сред. Проф.Образования [Текст] / И.Ю. Ляпина – М.: Академия, 2013 – 256 с.
31. Ляпина, И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: учебное пособие – 3-е изд. [Текст] / И.Ю. Ляпина – М.: Академия, 2016. – 208 с.
32. Николаев, В.Е. Инновации в управлении гостиничным предприятием [Текст] / В.Е. Николаев // ОТЕЛЬЕР и РЕСТОРАТОР. – 2015. - №4. – С. 41-44.
33. Озерцов, А.Е. Современные корпоративные информационные системы [Текст] / А.Е. Озерцов // Информационно-управляющие системы. – 2016. - №11. – С. 39-42.

34. Отчет Председателя Комитета по организации бытового обслуживания населения – М.С. Афанасьева Индустрия гостеприимства города Екатеринбурга за первое полугодие 2016 года «Индустрия гостеприимства города Екатеринбурга»

35. Официальный сайт отеля «Сенатор» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://hotel-senator.ru/> (дата обращения: 28.11.2017).

36. Панкова, Л.В. Стратегическое планирование деятельности предприятий гостиничного комплекса: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / Л.В. Панкова. – СПб., 2014 – 90 с.

37. Папирян, П.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства [Текст] / П.А. Папирян. – М.: Экономика, 2014. – 207 с.

38. Папрягин, Г.А. Менеджмент индустрии гостеприимства [Текст] / Г.А. Папрягин. – М.: Центр, 2013. – 252 с.

39. Положения службы бельевого хозяйства отеля «Сенатор».

40. Проблемы развития индустрии гостеприимства в России [Текст] / под ред. Савкиной Р.В. – М.: Моск. гос. ун-т коммерции, 2016. – 76 с.

41. Радичкин, А.В. Управление инвестиционной деятельностью в сфере гостиничного бизнеса (На примере г. Москвы): Дис. канд. экон. наук: 08.00.05 [Текст] / А.В. Радичкин. – М., 2014. – 183 с.

42. Саак, А.Э. Менеджмент индустрии гостеприимства [Текст] / А.Э. Саак – СПб.: Питер, 2017. – 432 с.

43. Семеркова, Л.Н. Технология и организация гостиничных услуг [Текст] / О.Н. Семеркова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с.

44. Сенин, В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других размещений. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 321 с.

45. Сергеева, Ю.С. Гостиничный бизнес: конспект лекций [Текст] / Ю.С. Сергеева – М.: Приор, 2013 – 143 с.

46. Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие [Текст] / А.В. Сорокина. – М: Инфра-М, 2014 – 328 с.

47. Типовой договор на оказание услуг прачечной и химчистки в отеле «Сенатор».

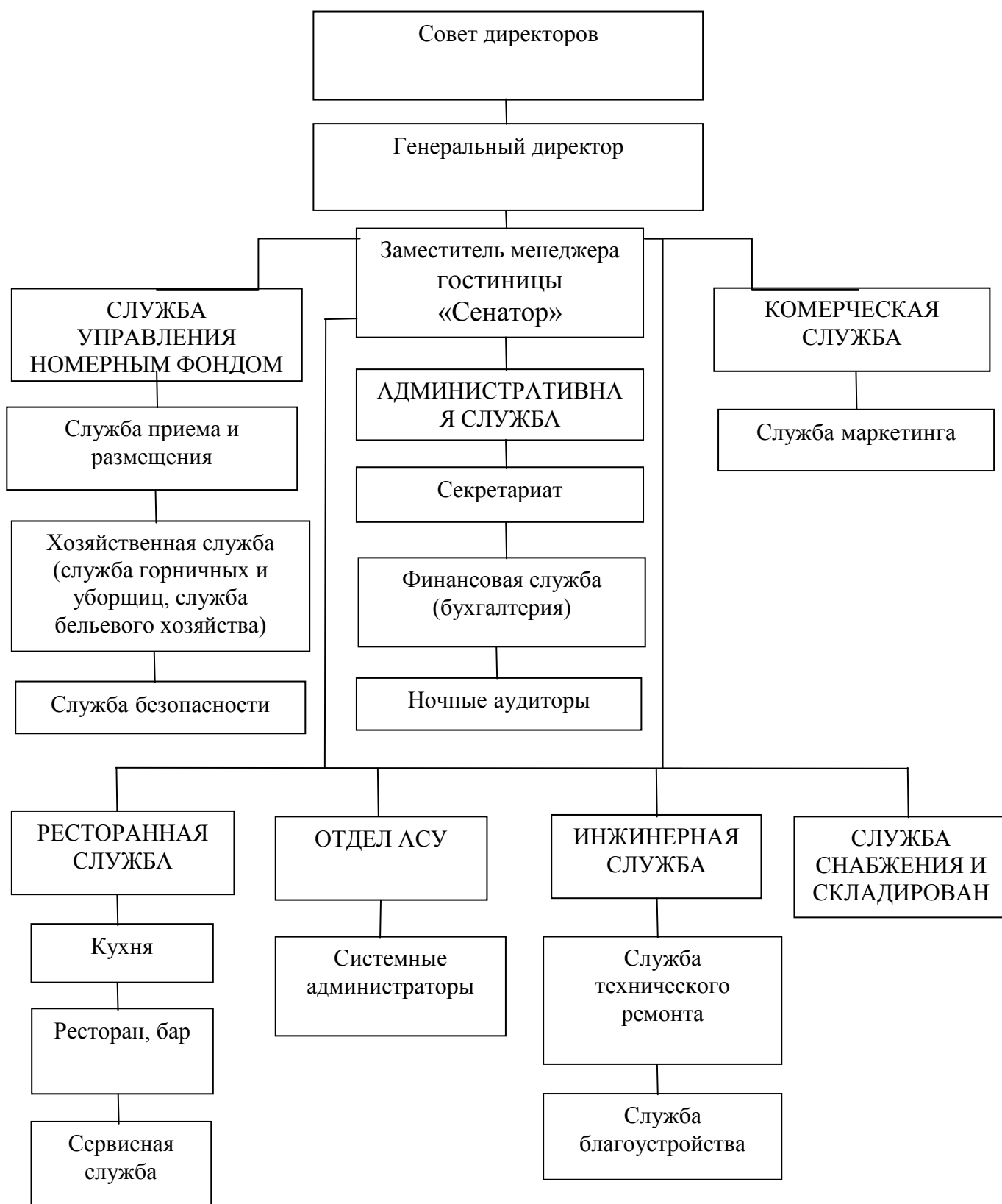
48. Яковлева, Г.А. Экономия гостиничного хозяйства. Учебное пособие [Текст] / Г.А. Яковлева – М.: РДЛ, 2013. – -328с.

49. Якунина, Ю. Рынок гостиничной недвижимости Екатеринбурга [Электронный ресурс] / Ю. Якунина – Режим доступа: <http://ustamanagement.ru/analitika-i-novosti/obzor-gostinichnogo-rinka-ekaterinburga-itogi-2016-goda> (дата обращения: 27.11.2017).

50. Digital Signage в отелях и гостиницах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://digitalsignage.ua/ru/2012/03/digital-at-the-hotel/> (дата обращения 28.11.2017).

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Организационная структура отеля «Сенатор»



Графики и иллюстрации

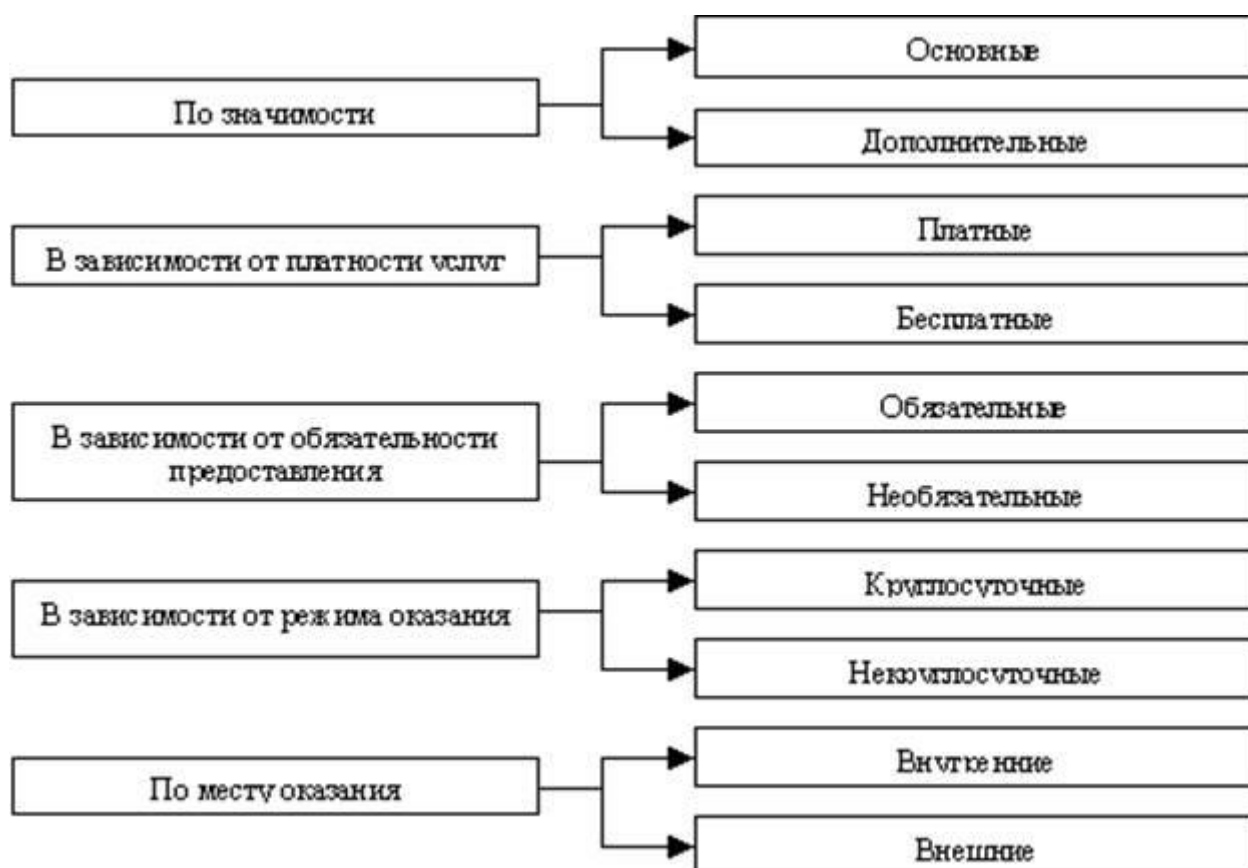


Рис. 1. Классификация гостиничных услуг



Рис. 2. Гостиничные услуги



Рис. 3. Технологический процесс гостиничной услуги [9, с.62]

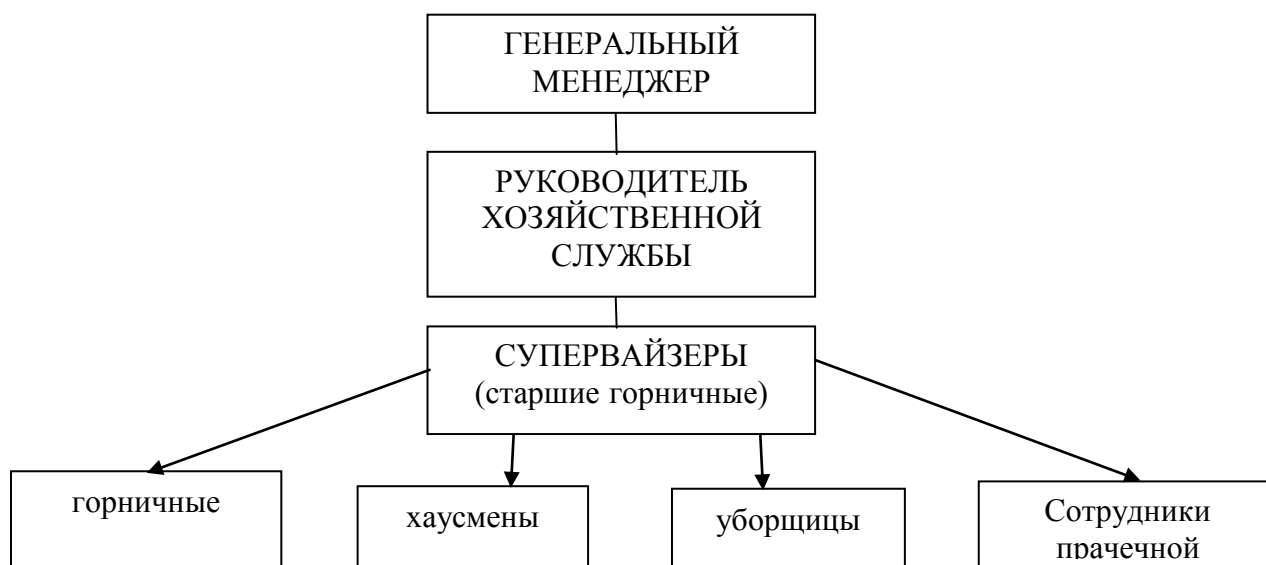


Рис. 6. Организационная структура службы Хаускипинга отеля «Сенатор»

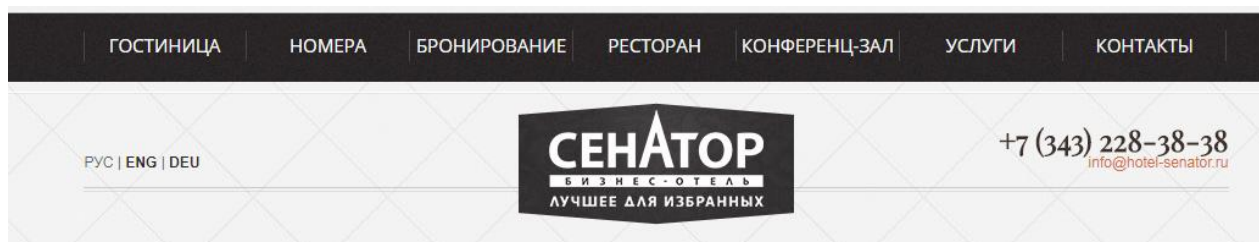


Рис. 7. Меню главной страницы сайта отеля «Сенатор»



Рис. 8. Дисплей в холле отеля



Рис. 9. Станция вещания (неттоп)



Рис. 10. LG M4716C-SBA ("47 ЖК панель – без тюнера)



Рис. 11. Коммутационное оборудование - KRAMER VP-400K (делитель VGA сигнала на 4вых)



Рис. 12. DEFENDER Кабель удлинительный монитор – SVGA card



Рис. 13. Крепление G-214М (настенное для монитора)



Рис. 14. Планшет SAMSUNG Galaxy Tab A 10.1 SM-T585 16Gb LTE Black